

公司代码：600757

公司简称：长江传媒

长江出版传媒股份有限公司
2023 年年度报告摘要



第一节 重要提示

- 1 本年度报告摘要来自年度报告全文，为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划，投资者应当到 www.sse.com.cn 网站仔细阅读年度报告全文。
- 2 本公司董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证年度报告内容的真实性、准确性、完整性，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担个别和连带的法律责任。
- 3 公司全体董事出席董事会会议。
- 4 中天运会计师事务所（特殊普通合伙）为本公司出具了标准无保留意见的审计报告。
- 5 董事会决议通过的本报告期利润分配预案或公积金转增股本预案

根据《公司章程》规定，公司2023年度拟以实施权益分派股权登记日登记的总股本为基数，向公司股东派发现金股利：每10股现金分红4.00元（含税）。截至2023年12月31日，公司总股本1,213,650,273股，以此计算合计拟派发现金红利485,460,109.20元（含税）。

第二节 公司基本情况

1 公司简介

公司股票简况				
股票种类	股票上市交易所	股票简称	股票代码	变更前股票简称
A股	上海证券交易所	长江传媒	600757	ST源发

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	冷雪	邓涛
办公地址	湖北省武汉市武昌雄楚大街268号B座12楼	湖北省武汉市武昌雄楚大街268号B座12楼
电话	027-87673688	027-87679282
电子信箱	cjcm@600757.com.cn	cjcm@600757.com.cn

2 报告期公司主要业务简介

公司所处行业为“新闻和出版业”，主要从事图书的出版和发行等业务。报告期内，基于“国家出版发行信息公共服务平台”的销售数据和商报·奥示“中国出版业市场监测系统”线下 ERP 数据、线上监测数据的统计，2023 年全国图书零售市场销售数量同比增长 6.53%，销售码洋同比增长 0.98%，市场规模约 932 亿元。其中，图书零售线下市场态势优于整体市场，实现双增：销售数量同比增长 12.74%，销售码洋同比增长 9.66%。少儿读物细分市场增幅最大，销售同比增长 24.23%；科技生活类图书细分市场增幅次之，销售同比增长 20.73%；文学艺术类图书细分市场与文化教育类图书细分市场增幅接近，前者销售同比增长 14.06%，后者销售同比增长 13.56%。社会科学类图书细分市场销售同比下降 3.46%。图书零售线上市场态势劣于整体市场和线下市场，未实现扭减为增，但销售降幅明显收窄：销售数量同比下降 2.33%，销售码洋同比下降 4.75%。从新书贡献能力看，2023 年图书零售市场首次动销的新书品种数达到了 18.4 万种，比上一年度的 17.1 万种有明显增长，新书对于整个零售市场的码洋品种贡献效率达到 2.06，这一指标达到过去 10 年最高水平。实体渠道仍旧是新书发行和新书销售的最主要渠道。

党的二十大提出要推进文化自信自强，铸就社会主义文化新辉煌，强调繁荣发展文化事业和文化产业，为新时代出版工作提供了根本遵循。2023 年 10 月召开的全国宣传思想文化工作会议，首次提出习近平文化思想，更是为做好新时代新征程宣传出版工作提供了强大思想武器和科学行动指南。国家“十四五”规划纲要明确提出发展社会主义先进文化，提升公共文化服务水平，扩大优质文化产品供给，到 2035 年建成文化强国，国家文化软实力显著增强。国家对文化事业、文化产业的重视程度和扶持力度越来越大，这对行业的发展提供了难得的机遇。

报告期内，公司以图书、期刊、报纸、音像制品、电子出版物的出版、发行、印制、物资贸易为主业，拥有涵盖“编、印、发、供”的产业链，并逐步向数字阅读、在线教育、文化创意、投资金融等领域拓展，形成了跨领域、多介质、全链条发展格局。其中，出版业务主要为一般图书的出版、教材教辅的出版、报刊的出版及新媒体经营等。发行业务主要为图书、报刊、电子音像制品、数码产品的批发、零售。印刷业务主要为图书、报刊印刷和纸质包装品印刷。物资贸易业务主要为印刷物资自主采购和销售，业务范围主要包括图书用纸、包装用纸、油墨、印刷器材、机械及配件等。

报告期内公司主营业务的采购模式：

公司采购业务主要涉及印刷采购、印刷物资采购和出版物采购。各经营单位根据实际需要，自主通过公开招标方式或协商定价方式，根据价格、印刷质量、服务质量等选择印刷商；印刷物

资采购采取两种方式：对于小额物资由各相关单位自主采购，相关单位与供应商单独谈判、签订采购合同的方式进行，或者由相关单位自主组织招标比价、公开采购。对于纸张、油墨等大宗物资，实行集中采购方式，统一组织招标比价、公开采购方式进行；出版物采购由湖北省新华书店集团统一向公司内部和外部的各大出版社以及电子音像、数码产品供应商等采购产品，然后通过其覆盖全省的新华书店市县分公司和线上服务平台对外销售。

报告期内公司主营业务的生产模式：

公司出版业务的选题策划、报批、组稿、编辑等工作均由各出版社自主进行；排版、印刷主要委托新华印务完成，部分业务也可由有关单位自主选定的印刷厂进行。在出版环节，选题策划与报批由各出版社经过市场调研，结合读者消费需求分析以及作者资源等，提出出版选题内容，经责任编辑、编辑室主任、总编辑、出版选题论证委员会层层进行论证，最终由选题审核委员会审核通过，报湖北省委宣传部批准通过后报国家新闻出版署备案。出版选题经过严格审核，确保选题符合《出版管理条例》等法律法规的有关规定，符合把社会效益放在首位，实现社会效益和经济效益相统一的原则，形成并加强公司产品线建设和品牌建设。组稿一般分为直接向作者约稿以及委托作者代理组织稿件以及原创自采稿件。为保证拥有出版物的自主知识产权，公司各出版单位与作者签订出版合同，约定和保护作者和出版社双方的合作条件和权利，约定稿酬的支付标准和支付方式等。编辑工作则主要由各出版单位内部编辑部门完成。在印刷复制环节，公司各出版单位的图书、期刊印刷业务主要委托新华印务进行印刷和包装。在生产高峰期，公司各出版单位也可自主选择其他印刷复制单位进行加工制作。

报告期内公司主营业务的销售模式：

公司主要采取系统发行和零售发行两大主要发行方式。各出版社系统发行主要针对中小学教材和进入学校征订范围的教辅材料，采用预订方式，通过地方新华书店系统发行，基本无退货；报刊集团系统发行主要针对教育系统，采用预订方式，通过邮局系统发行，基本无退货；各出版社零售发行主要针对一般图书以及未进入征订范围的教辅材料，采取的方式为与图书发行商签订协议，向图书发行商提供图书，在约定期限内将未售出的图书退回；报刊集团零售发行主要针对大众类期刊，采取的方式为与各地经销商签订协议，向经销商提供报刊，在约定期限内将未售出的报刊退回。公司所属湖北省新华书店集团以打造区域性中盘为目标，快速拓展连锁市场，目前已建成 78 家发行分公司、440 余家实体书店，以及京东、天猫、拼多多、抖音等多个线上电商销售平台，线上线下一体化的销售服务体系逐步完善。

报告期内公司主营业务的推广模式：

公司主要分两个层面组织开展营销推广活动，一是在公司层面，由公司统一策划和组织实施营销推广活动，包括自行组织年度教材教辅推介会、年度发行会、馆配图书看样订货会，参与每年定期举办的全国性图书、期刊订货活动以及网络推广活动等。公司每年定期参加的主要图书订货活动有北京图书订货会、刊博会、北京国际图书博览会、全国书市、华中图书交易会暨荆楚书香节、各类专业图书订货会、期刊展示会、民营书店联合举办的图书订货会以及各种图书团体采购活动，以及国际重要图书博览会。二是各经营单位根据具体业务经营需要，自主策划和组织实施区域性、专题性的营销推广活动。面对读者消费需求的不断升级，公司下属湖北省新华书店集团围绕线上线下一体化发展，推进新媒体运营，构建线上线下、店内店外相结合的立体式营销服务体系。打造了“湖北新华教育服务平台”为核心的线上平台矩阵，以及湖北新华、新华文教等抖音平台矩阵；建成线上微店 84 家，打造“微店+微信社群+短视频+公众号宣传”微生态圈；拓展全媒体平台会员，提供精准会员服务，全年会员纳新突破 100 万人；大力拓展直播和短视频营销，通过“视频号+微店”双平台积极开展全省联合直播和单店直播；把线上教育服务平台推广应用作为打造新营销服务体系的重要举措，打造“教育服务平台+倍阅网”线上发行服务体系、推动公告教辅、课外读物、市场型教辅等全面向线上销售，以征订业务线上化、线下服务网格化，推动传统教材教辅征订业务全面向线上转型。目前该平台已在湖北省新华书店集团全省 60 余家分公司投入使用，交易人数 260 余万人。

报告期内公司主营业务的物流模式：

目前，公司努力打造具有国内先进水平的自动化信息管理系统和物流设施，为公司物流、信息流、资金流等业务环节的数字化、网络化、智能化运营打下基础。湖北省新华书店集团具有完全自主的物流体系，各出版单位主要采用社会第三方物流公司服务完成图书配送业务。

3 公司主要会计数据和财务指标

3.1 近 3 年的主要会计数据和财务指标

单位：元 币种：人民币

	2023年	2022年	本年比上年 增减(%)	2021年
总资产	13,234,282,713.05	12,471,831,381.52	6.11	11,690,865,579.08
归属于上市公司 股东的净资产	9,066,483,799.16	8,439,157,846.03	7.43	8,157,026,716.53
营业收入	6,758,802,951.73	6,295,039,168.10	7.37	6,023,079,152.79
归属于上市公司 股东的净利润	1,015,755,235.19	729,334,143.19	39.27	697,488,865.61
归属于上市公司	888,817,938.39	779,812,600.73	13.98	659,772,610.10

股东的扣除非经常性损益的净利润				
经营活动产生的现金流量净额	1,185,831,606.30	1,067,032,877.90	11.13	994,028,072.42
加权平均净资产收益率(%)	11.60	8.75	增加2.85个百分点	8.70
基本每股收益(元/股)	0.84	0.60	40.00	0.57
稀释每股收益(元/股)	0.84	0.60	40.00	0.57

3.2 报告期分季度的主要会计数据

单位：元 币种：人民币

	第一季度 (1-3 月份)	第二季度 (4-6 月份)	第三季度 (7-9 月份)	第四季度 (10-12 月份)
营业收入	2,022,658,981.00	1,525,155,440.89	1,495,469,389.05	1,715,519,140.79
归属于上市公司股东的净利润	385,809,038.37	263,727,001.42	191,170,353.37	175,048,842.03
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	376,819,640.22	261,495,338.58	182,794,242.19	67,708,717.40
经营活动产生的现金流量净额	195,852,600.66	270,933,669.35	238,541,709.61	480,503,626.68

季度数据与已披露定期报告数据差异说明

适用 不适用

4 股东情况

4.1 报告期末及年报披露前一个月末的普通股股东总数、表决权恢复的优先股股东总数和持有特别表决权股份的股东总数及前 10 名股东情况

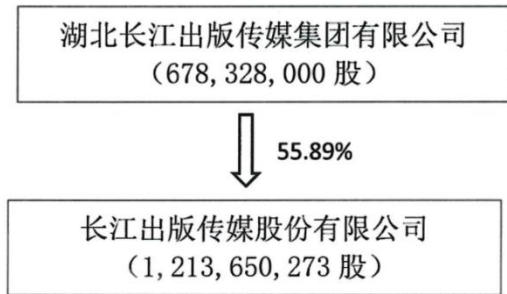
单位：股

截至报告期末普通股股东总数(户)	40,602
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数(户)	38,806

截至报告期末表决权恢复的优先股股东总数（户）						不适用	
年度报告披露日前上一月末表决权恢复的优先股股东总数（户）						不适用	
前 10 名股东持股情况							
股东名称 （全称）	报告期内增 减	期末持股数 量	比例 （%）	持有 有限 售条 件的 股份 数量	质押、标记或冻 结情况		股东 性质
					股份 状态	数量	
湖北长江出版传媒集团有限公司	-6,868,237	678,328,000	55.89	0	无		国有法人
香港中央结算有限公司	69,228,609	69,231,810	5.70	0	无		其他
中央汇金资产管理有限责任公司	0	29,138,800	2.40	0	无		国有法人
招商银行股份有限公司—上证红利交易型开放式指数证券投资基金	-4,111,877	20,814,761	1.72	0	无		其他
中国工商银行股份有限公司—富国中证红利指数增强型证券投资基金	6,648,841	7,965,541	0.66	0	无		其他
上工申贝（集团）股份有限公司	-3,500,100	6,798,434	0.56	0	无		其他
基本养老保险基金—零零二组合	5,880,000	5,880,000	0.48	0	无		其他
北京金航联科技发展有限公司	4,150,000	4,150,000	0.34	0	无		其他
基本养老保险基金—零零三组合	-995,526	4,027,074	0.33	0	无		其他
刘云华	4,000,000	4,000,000	0.33	0	无		境内自然人
上述股东关联关系或一致行动的说明	公司未有资料表明以上股东间存在关联关系或属于《上市公司收购管理办法》中规定的一致行动人。						
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	不适用						

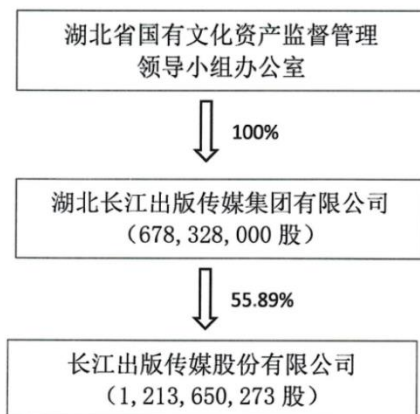
4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

适用 不适用



4.3 公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图

适用 不适用



4.4 报告期末公司优先股股东总数及前 10 名股东情况

适用 不适用

5 公司债券情况

适用 不适用

第三节 重要事项

1 公司应当根据重要性原则，披露报告期内公司经营情况的重大变化，以及报告期内发生的对公司经营情况有重大影响和预计未来会有重大影响的事项。

2023 年公司实现营业收入 67.59 亿元，同比上升 7.37%，实现归属于上市公司股东的净利润

10.16 亿元，同比上升 39.27%。每股收益 0.84 元，同比上升 40%。资产总额达到 132.34 亿元，同比增长 6.11%。净资产 90.66 亿元，同比增长 7.43%。

2 公司年度报告披露后存在退市风险警示或终止上市情形的，应当披露导致退市风险警示或终止上市情形的原因。

适用 不适用